



Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS

"TERRA DO PÉ DE SOJA SOLTEIRO"

ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR (PRIMEIRA RETIFICAÇÃO)

1. Introdução

O presente estudo tem como objetivo analisar os elementos essenciais relacionados à licitação para contratação de serviços de publicidade a serem prestados por intermédio de agência de propaganda, com vistas a melhor atender às necessidades de comunicação publicitária da Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS.

Visando promover maior adequabilidade e segurança operacional à execução dos serviços de comunicação, com vistas a mitigar eventuais inconsistências com os dispositivos legais e normativos vinculados à matéria, foi elaborado este Estudo Técnico Preliminar para subsidiar a contratação proposta, com o levantamento dos elementos essenciais que melhor atenderão às necessidades da Administração Pública, em conformidade com a lei 12.232/2010, que regulamenta a contratação de serviços de publicidade e propaganda prestado por agência de publicidade, e a nova lei de licitação, lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021, que estabelece normas gerais de licitação e contratação para as Administrações Públicas diretas, autárquicas e fundacionais da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios.

Dessa forma, a contratação de serviços de publicidade em pauta prevê adaptabilidade legal em consonância com as mudanças estruturais ocorridas com o novo dispositivo legal e adequação das condições contratuais a serem estabelecidas com a atual necessidade de comunicação do Poder Legislativo municipal.

2. Objeto a ser contratado

A contratação de serviços de publicidade a serem prestados por intermédio de agência de propaganda tem seu objeto definido em conformidade com o art. 2º da Lei nº 12.232/2010. Dessa forma, tem-se:

Compreendem os serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação.

Também integram o objeto da contratação, as atividades complementares e serviços especializados de acordo com o §1º do art. 2º da lei 12.232/2010:

- a) À produção e à execução técnica das peças e projetos criados;*
- b) Ao planejamento e execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relacionados a determinada ação publicitária;*



Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS **"TERRA DO PÉ DE SOJA SOLTEIRO"**

c) À criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias desenvolvidas.

As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos terão a finalidade de:

- a) Gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS, o público-alvo, e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;*
- b) Aferir a eficácia do desenvolvimento estratégico, da criação e da divulgação de mensagens;*
- c) Possibilitar a avaliação dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.*

Ressalta-se que:

Não se confundem com o objeto desta licitação, estando, portanto, fora da contratação, as atividades de promoção, patrocínio, relações públicas, assessorias de comunicação e de imprensa e aquelas que tenham por finalidade a realização de eventos festivos. Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado o patrocínio de mídia – assim entendido os projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de divulgação – e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de divulgação.

3. Aspectos Gerais da Contratação

A Câmara Municipal de Laguna Carapã – MS atualmente não possui contratos vigentes com agência de publicidade. Contudo foram analisados processos licitatórios similares de outros órgãos públicos, sendo também levado em consideração as particularidades do município e os aspectos legais envolvidos na contratação, como a lei nº 12.232/2010, que estabelece as normas gerais para contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, entre outros parâmetros legais e normativos.

A seguir estão destacados os aspectos gerais que serão adotados no processo licitatório.

Quantitativo contratado

Conforme o § 3º do artigo 2º da Lei nº 12.232/2010, o órgão tem a prerrogativa de adjudicar o objeto



Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS **"TERRA DO PÉ DE SOJA SOLTEIRO"**

da licitação o quantitativo de agências de propaganda, sem necessidade de divisão em itens ou contas publicitárias. Dessa forma, a Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS tem a previsão é de contratar 1 (uma) agência.

Quesitos da proposta técnica:

Em conformidade com a Lei nº 12.232/2010 e a análise de licitações de outros órgãos, tem-se os seguintes quesitos e subquesitos para a proposta técnica.

QUESITOS	SUBQUESITOS
<i>I – Plano de Comunicação publicitária</i>	<i>Raciocínio Básico</i>
	<i>Estratégia de Comunicação Publicitária</i>
	<i>Ideia Criativa</i>
	<i>Estratégia de Mídia e Não Mídia</i>
<i>II – Conjunto de Informações</i>	<i>Capacidade de Atendimento</i>
	<i>Repertório</i>
	<i>Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</i>

No caso dos Relatos de Solução de Problemas de Comunicação, deverão ser apresentados 2 (dois) cases, com demonstração da capacidade técnica dos licitantes na apresentação de peças com veiculação nos meios TV, rádio, mídia impressa, OOH e mídia digital. Será definido o marco temporal para os relatos, conforme respaldado pelo inciso X do art. 6º da Lei nº 12.232/2010, devendo tratar de ações realizadas desde 1º de janeiro de 2019, evitando a apresentação de materiais muito antigos que não refletem a capacidade técnica atual dos licitantes. A solicitação terá o seguinte teor:

A licitante deverá apresentar, em caderno específico, 02 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 02 (duas) páginas, de clientes distintos, em que serão descritas soluções bem sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes ou ex-clientes, desde que estes últimos tenham sido atendidos em período posterior a 31 de dezembro de 2018, com indicação de pelo menos um veículo que o divulgou em cada um dos meios: TV, rádio, mídia impressa, out of home e mídia digital, totalizando no mínimo cinco veículos.

As propostas devem ter recebido a autorização para sua produção ou ter sido veiculadas a partir de 1º de janeiro de 2019.



Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS **"TERRA DO PÉ DE SOJA SOLTEIRO"**

Deverá apresentar cinco peças, uma para cada um dos meios elencados.

Para a apresentação dos relatos será exigido que sejam de clientes diferentes, como forma de melhor demonstração da capacidade técnica na execução de campanhas para clientes com diferentes características. Além disso, visando a garantia da autenticidade dos cases, terá a exigência de que sejam referendados pelos clientes.

Em relação ao repertório, será solicitado que se apresente peças publicitárias em diferentes meios de comunicação (TV, rádio, mídia impressa, OOH e mídia digital). Sendo que no caso de peça para o meio digital, serão solicitadas duas, uma vez que este meio tem ganhado grande relevância devido às mudanças nos hábitos de consumo do público. Também haverá a exigência para que as peças apresentadas sejam recentes, a partir de 2019. A exigência do Repertório, em linhas gerais, resulta no seguinte teor:

No caderno específico do Repertório deverão ser apresentadas 6 (seis) peças e ou material, produzidas para clientes diferentes (sendo uma para cada mídia: out of home; TV; rádio; banner para internet; peça para rede social; e jornal ou revista).

As peças e ou material devem ter sido veiculados a partir de 1º de janeiro de 2019, distintas das campanhas apresentadas nos cases.

Referente à Capacidade de Atendimento, deverão ser apresentadas informações técnicas sobre a licitante, seu quadro profissional, metodologia de atendimento, informações de marketing que disponibilizará, bem como o serviço de auditoria de checagem de mídia. Será estabelecido um limite de 30 (trinta) páginas, com o objetivo de garantir maior objetividade, clareza e equidade na análise das propostas.

Além disso, seguindo a tendência de simplificação, que a Lei 14.133/2021 evidencia, será admitida a possibilidade de os licitantes apresentarem as peças publicitárias em apenas uma mídia para cada um dos sub quesitos. Dessa forma, a apresentação de apenas um pen drive ou um CD/DVD com todas as peças se torna mais simples de avaliação.

Entre os pontos centrais da proposta técnica estão a demonstração das estratégias e do potencial criativo no Plano de Comunicação Publicitária. Com o intuito de melhor organização da Ideia Criativa, haverá a exigência de relação de todas as peças que comporão a campanha, em um bloco para todos os exemplos criativos corporificados e outro para as peças não materializadas, com a ressalva que de devem ser utilizadas no máximo 5 (cinco) linhas para a função tática de cada peça.

No Plano de Comunicação Publicitária, haverá a possibilidade de apresentar tabelas, gráficos, planilhas em cores, em fonte tipográfica arial em tamanho usualmente utilizado, papel formato A4 ou A3, visando facilitar a leitura e análise da proposta, contudo cada A3 será considerado como duas páginas. Em síntese, as informações devem constar no edital, conforme abaixo:



Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS **"TERRA DO PÉ DE SOJA SOLTEIRO"**

1 - Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação de peças e ou material estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas, não computadas nesse limite a capa e contracapa e as páginas eventualmente utilizadas apenas para separação dos subquestos.

2 - Os textos, tabelas, gráficos e planilhas da Estratégia de Mídia e Não Mídia estão limitados a 20 (vinte) páginas.

3 - Os exemplos de peças e ou material integrantes do subquesto Ideia Criativa deverão ser apresentados em formato A4 ou A3, em papel sulfite 75 a 90 g/m²:

I. separadamente (soltas) do caderno;

II. adequados às dimensões do invólucro n. 1, cabendo à licitante observar o disposto nos demais itens.

4 - As tabelas, gráficos e planilhas poderão:

I – ser editados em cores;

II – ter seu conteúdo editado com a fonte “arial”, em tamanho usualmente utilizado;

III – ser apresentado em papel A3 dobrado, que será considerado 02 (duas) páginas.

Atributos de Avaliação da Proposta Técnica

A partir da análise de certames semelhantes, tem-se os seguintes atributos avaliativos para os quesitos e seus subquestos da Proposta Técnica:

I - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

- Raciocínio Básico (máximo 15 pontos)

a) Acuidade da compreensão das características, das funções e do papel da Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS nos contextos social, político e econômico;

b) Adequada compreensão da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS com seus públicos e das atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;

c) Assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação e objetivos expressos no briefing.

- Estratégia de Comunicação Publicitária (máximo 15 pontos)

a) Adequação do conceito proposto à natureza da Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS e ao desafio de comunicação, e a riqueza de desdobramentos positivos que apresenta;

b) Consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do conceito proposto;

c) Adequação, estruturação e exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária



Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS

"TERRA DO PÉ DE SOJA SOLTEIRO"

proposta para a solução do desafio de comunicação;

d) Consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta.

e) Capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação publicitária, o desafio de comunicação expresso no briefing, seus públicos, os objetivos de comunicação e a verba disponível.

- Ideia Criativa (máximo 15 pontos)

a) Adequação da ideia criativa ao desafio de comunicação e a exequibilidade das peças e/ou dos materiais.

b) Seu alinhamento com a estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;

c) A combinação de seus elementos, a simplicidade sob a qual se apresenta e a compatibilidade da linguagem aos meios e públicos propostos.

d) Os desdobramentos comunicativos que enseja e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta, conforme demonstrado nos exemplos de peças e/ou materiais apresentados.

e) Pertinência às atividades de comunicação da Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS, assim como sua inserção nos contextos social, político e econômico.

- Estratégia de Mídia e Não Mídia (máximo 10 pontos)

a) Conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação do público-alvo e a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;

b) Consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material (especificar o dia e o quantitativo de inserções em cada programa de TV, ou o horário no caso de meios como rádio, conforme tabela dos veículos, de modo a possibilitar a verificação;

c) Pertinência e oportunidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS;

d) Economicidade na aplicação da verba e a otimização da mídia, evidenciadas no plano simulado de distribuição das peças e/ou dos materiais.

II – CONJUNTO DE INFORMAÇÕES

- Capacidade de Atendimento (máximo 05 pontos):

a) Porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;

b) Adequação dos profissionais, quanto às quantificações, qualificações e experiência em atividades publicitárias;



Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS **"TERRA DO PÉ DE SOJA SOLTEIRO"**

- c) Adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;*
- d) Operacionalidade do relacionamento entre a Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS e a licitante, esquematizado na proposta.*
- e) Relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS, sem ônus adicionais, durante a vigência do contrato.*

- Repertório (máximo) 05 pontos:

- a) Ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver;*
- b) Qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material e sua adaptação aos meios;*
- c) Clareza da exposição das informações prestadas.*

- Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (máximo) 05 pontos:

- a) Evidência de planejamento publicitário;*
- b) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;*
- c) Relevância dos resultados apresentados;*
- d) Concatenação lógica da exposição.*

Formas de remuneração da agência de publicidade:

Além da Proposta Técnica, os licitantes devem apresentar uma Proposta de Preços, na qual constam os percentuais de remuneração referentes aos serviços prestados. Essa remuneração da agência de publicidade ocorre por meio de:

1 - Criação de peças publicitárias - tendo como referência a tabela do Sindicato Nacional das Agências de Propaganda de Mato Grosso do Sul (Sinapro/MS), pela qual a agência concede um desconto linear sobre os custos, sendo remunerada pela diferença do valor do desconto.

2 – Honorários sobre serviços de terceiros, que englobam:

a) Produção e execução técnica de peças publicitárias – a agência licitada é remunerada por um percentual de honorários incidente sobre o valor total dos custos de produção. O serviço de produção é essencial para a materialização da publicidade.

Esses custos são obtidos pela agência contratada junto a fornecedores terceiros, ou seja, são serviços externos prestados por fornecedores especializados contratados pela agência, devendo ser apresentados 3 (três) orçamentos para aprovação do menor preço pela Câmara Municipal de Laguna



Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS **"TERRA DO PÉ DE SOJA SOLTEIRO"**

Carapã - MS.

b) Produção a execução de pesquisas e demais instrumentos de avaliação e geração de conhecimento – a agência licitada é remunerada por um percentual de honorários incidente sobre o valor total dos custos de pesquisas, a partir dos orçamentos obtidos.

A utilização de pesquisas e instrumentos de avaliação é fundamental para analisar o público-alvo, o contexto social, o acesso aos meios de divulgação, bem como os resultados das campanhas realizadas pela Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS. Isso propicia a melhor compreensão sobre o ambiente de inserção da publicidade e avaliação da efetividade, permitindo a formulação de estratégias mais arrojadas, que garantam o pleno acesso à informação pela sociedade.

c) Desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação e divulgação em plataformas digitais não aderentes à autorregulação – honorários sobre o investimento aplicado em plataformas digitais cuja execução não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

3 - Divulgação em veículos aderentes à autorregulação – 20% referente ao desconto-padrão de Agência de publicidade nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965, de que trata o subitem 6.11, quanto ao Desconto-Padrão de Agência de Publicidade.

É importante considerar a remuneração das formas inovadoras de comunicação, haja vista que a publicidade possui natureza dinâmica e traz novas soluções que demandam tipos de execução técnica e divulgação específicas. Principalmente pelo uso das tecnologias, que estão cada vez mais presentes na comunicação e no cotidiano das pessoas, e sua utilização para divulgação muitas vezes não obedece às formas tradicionais de remuneração.

As novas formas de comunicação publicitária têm crescido em importância graças às novas tecnologias, em especial os meios digitais de comunicação. Embora essas inovações estejam legalmente previstas como atividades complementares ao objeto do contrato de publicidade, a Lei nº 12.232/2010 criou uma categoria de serviços que requer atenção dos anunciantes governamentais para garantir a conformidade dos processos internos e a execução contratual alinhada às práticas comerciais de mercado.

A característica fundamental de inovação, conforme a Lei nº 12.232/2010, está associada aos efeitos das mensagens e das ações publicitárias, fazendo com que a publicidade seja executada em todos os meios, utilizando os meios tradicionais e as novas tecnologias.

A adoção de formas inovadoras de comunicação publicitária demanda investimentos nas plataformas digitais pela Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS, que busca evoluir sua presença digital.

Como a Lei nº 12.232/2010 não estabelece claramente o conjunto de serviços que podem ser classificados como formas inovadoras, contudo identifica-se uma ampla diversidade nas características desses serviços inovadores, os quais abrangem tanto ações de baixa complexidade, em termos de serviços complementares, como ações publicitárias em plataformas digitais, que



Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS **"TERRA DO PÉ DE SOJA SOLTEIRO"**

potencializam a divulgação no meio internet e que envolvem uma atuação mais elaborada da contratada, com vistas a maximizar os resultados alcançados e rentabilizar os investimentos públicos.

Para serem eficazes, as ações publicitárias em plataformas digitais precisam de um acompanhamento direto e em tempo real das entregas dos conteúdos publicitários aos públicos-alvo, para monitoramento do nível de qualidade e do cumprimento das chaves-indicadoras de performance (KPI), sendo esta atividade uma atribuição da agência de propaganda.

Destaca-se que a evolução da publicidade no meio digital decorre diretamente da disponibilidade dessas ferramentas e da consolidação de novos padrões de interação e comunicação social, análise e gestão de dados de consumo de mídia digital, mensuração de performance, oferta de conteúdos em multiplataformas, direcionamento preciso de publicidade com base em perfis socioeconômicos, demográficos e comportamentais do público-alvo, novas formas de compra de espaços publicitários, valorização de canais próprios, bem como da própria maturidade em atuar e consolidar a presença nesse ambiente.

Diante dessa realidade, vem sendo consolidada uma nova composição do modelo de atores que compõem o mercado publicitário. Se antes o fluxo envolvia exclusivamente:

anunciantes → agências → veículos de comunicação e divulgação → públicos-alvo

Agora, com o crescimento do acesso à internet pela população como um todo, esse fluxo passou a envolver também:

anunciantes → canais próprios → agências → dados/tecnologia → veículos de comunicação e divulgação/plataformas digitais → públicos-alvo

Assim, a publicidade em plataformas digitais possui, definitivamente, características diferenciadas, já que envolve uma grande possibilidade de desdobramentos, exigindo do trabalho integrado entre a Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS e a agência de publicidade a aplicação prática de conhecimentos especializados, desde o planejamento da ação, concepção, implementação, gestão/monitoramento, readequação e avaliação dos resultados, bem como o domínio de uma série de requisitos técnicos, tais como: tagueamento, configurações de eventos em receptivos de campanha, avaliação criativa, monitoramento de conversões e engajamentos, otimizações entre plataformas, remarketing, análise de dados, dentre outros.

Além disso, é necessário o uso de ferramentas tecnológicas específicas para distribuição de conteúdos, acompanhamento de metas e padrões (KPIs qualitativos e quantitativos), mensuração e avaliação de desempenho (analytics), parametrização e gestão de audiências.

Dessa forma, é necessário que a contratada atue com inteligência de dados, estatística, redes sociais, gestão de audiências, consumo de mídia digital, pesquisa e planejamento, projetos digitais, mídia programática e gestão de dados, o que demonstra o quão amplo é o espectro de serviços vinculados à publicidade em plataformas digitais.



Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS **"TERRA DO PÉ DE SOJA SOLTEIRO"**

Embora as plataformas digitais sejam frequentemente contempladas no âmbito das estratégias de mídia de uma campanha, elas não se classificam como veículos de comunicação e divulgação, nos termos da Resolução 1/2019 do CENP, e, portanto, não praticam o desconto-padrão de agência, previsto no art. 11 da Lei nº 4.680, de 1965.

Percentuais de remuneração

Visando maior clareza quanto à remuneração da agência, a Proposta de Preços o edital deve conter os itens referentes ao desconto sobre a tabela Sinapro (item 1) e cada um dos tipos de honorários (itens 1 e 2) que serão praticados. No caso do item 3, divulgação em veículos aderentes à autorregulação, esta remuneração é naturalmente pré-determinada pela lei em 20%, impossibilitando a oferta de proposta. Dessa forma, serão estabelecidos na presente contratação os seguintes tipos de desconto (item 1) e honorários (item 2):

Desconto (de 30% a 50%) sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso que estiver em vigor.

Honorários (de 10% a 15%) sobre:

I) os custos referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965, de que trata o subitem 6.11, quanto ao Desconto-Padrão de Agência de Publicidade.

II) o planejamento e a execução de pesquisas e de outros instrumentos, de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas.

III) a criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, e sobre o investimento aplicado em plataformas digitais cuja execução não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

Vale destacar que, caso a distribuição de conteúdos publicitários envolva um veículo de comunicação e divulgação aderente ao ambiente de autorregulação (conforme especificado no tópico 5), a agência será remunerada por meio do desconto-padrão concedido pelo veículo. E ainda que haja previsão legal de reversão de parte do desconto-padrão pela agência, isso não se efetiva na presente contratação, na medida em que o valor contratual será inferior a R\$ 2.500.000,00, conforme Anexo B do Cenp – Conselho Executivo de Normas-Padrão.



Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS

"TERRA DO PÉ DE SOJA SOLTEIRO"

ANEXO "B"

SISTEMA PROGRESSIVO DE SERVIÇOS/BENEFÍCIOS	
Instituído pelo item 6.4 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária	
INVESTIMENTO BRUTO ANUAL EM MÍDIA	PERCENTUAL NEGOCIÁVEL DO DESCONTO-PADRÃO DE AGÊNCIA A SER APLICADO SOBRE O INVESTIMENTO BRUTO DO ANUNCIANTE
Até R\$ 2.500.000,00.	Nihil.
De R\$ 2.500.000,01 a R\$ 7.500.000,00.	Até 2% (dois por cento) do investimento bruto
De R\$ 7.500.000,01 a R\$ 25.000.000,00.	Até 3% (três por cento) do investimento bruto.
De R\$ 25.000.000,01 em diante.	Até 5% (cinco por cento) do investimento bruto.

Dessa forma, haverá a seguinte previsão no edital:

O desconto-padrão na contratação de mídia será pago à(s) agência(s) que intermediar(em) a compra de espaço/tempo publicitários, pelos Veículos de Comunicação, na base de 20% sobre o valor da mídia efetivamente negociada, sendo que o Veículo emitirá sua fatura contra a Câmara Municipal de Laguna Carapã – MS correspondente à chamada “parte líquida”, correspondente a 80% do valor da mídia, e a agência emitirá sua nota-fiscal correspondente a 20% (vinte por cento), contra a Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS, conforme tabela do Anexo B do Conselho Executivo de Normas Padrão (CENP).

Assinatura digital:

É inegável que nos últimos anos o processo de virtualização acelerou-se consideravelmente, com a assinatura eletrônica de documentos tornando-se uma opção bastante adotada por empresas e órgãos públicos. Fato este que demanda à licitação a incorporação de tal modalidade de assinatura, com mecanismos que garantam a validade do documento com a mesma equivalência da assinatura física.

Há formas de assinatura eletrônica já consagradas pelo nível de confiabilidade e credibilidade, atestando a validade por meio de certificadoras, que podem ser consultados nos sites referenciados.

A plataforma GOV.BR é uma das possibilidades de geração de assinatura eletrônica qualificada, em conformidade com o Decreto federal nº 10.543, de 13/11/2020, que traz uma série de regras para garantir a autenticidade dessa modalidade de assinatura. O padrão ICP Brasil é também uma possibilidade idônea de assinatura digital, em que a emissão de certificados digitais permite associá-los a pessoas físicas ou jurídicas que os detêm em segurança.

Dessa forma, será expresso o seguinte teor no processo licitatório:

Em caso de documentos assinados digitalmente, como procuração, propostas, entre outros, serão aceitos desde que utilizem Certificação Digital. Podem ser utilizados



Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS **"TERRA DO PÉ DE SOJA SOLTEIRO"**

documentos com validação no portal do Instituto Nacional de Tecnologia (ITI), <https://verificador.iti.gov.br>; ou no ICP Brasil (documento emitido por plataformas de certificação digital), que poderá ser visualizado no link que consta no rodapé do documento ou impresso com QR Code.

Comprovação das veiculações realizadas:

Da verba investida em campanhas publicitárias, a maior parte é aplicada na compra de mídia para veiculação das peças, o que faz do custo de mídia um ponto de maior atenção da Administração Pública. Em razão disso, a agência elabora planos de mídia para as campanhas, com os valores variando conforme a audiência dos veículos, a programação e alcance previsto, sendo que a agência também deve comprovar que as veiculações por meio da contratação de empresas de auditoria de mídia independentes, sem qualquer ônus adicional à administração.

Caso a Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS julgue necessário realizar contratação própria de serviço de checagem de mídia, como um mecanismo adicional, também poderá fazer processo licitatório com essa finalidade.

Dessa forma, a contratação terá o seguinte teor:

A agência deve fornecer serviço de Auditoria de Mídia por meio da contratação de empresa independente, sem quaisquer ônus adicionais à Administração Municipal. Caso a Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS julgue necessário fazer contratações diretas de serviços de checagem de mídia, poderá realizar certame licitatório específico com esta finalidade.

Aspectos Gerais da nova Lei de Licitações:

Além dos pontos já considerados, a contratação se insere no contexto da nova Lei de Licitações, lei nº 14.133/21, que trouxe uma série de alterações em relação às contratações anteriores dos órgãos públicos.

O primeiro destaque fica por conta da necessidade de existir no edital a fundamentação específica da impossibilidade da realização do certame por meio eletrônico, pois embora esta forma tenha se tornado a regra a ser seguida, na contratação de serviço de publicidade a forma totalmente eletrônica pode não ser viável para essa finalidade, principalmente diante da possibilidade de identificação das propostas, devendo a sessão pública ser registrada em ata e gravada em áudio e vídeo, nos termos do art. 17, §2º da lei nº 14.133/21.

Outro importante ponto é a obrigatoriedade de que a Administração dê maior atenção a fase preparatória do certame, e com isso permita a redução de custo, maior eficiência, tornando o processo licitatório mais ágil, acessível e padronizado, contribuindo para uma gestão pública mais eficiente e moderna.



Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS

"TERRA DO PÉ DE SOJA SOLTEIRO"

Além disso, há questões técnicas que impossibilitam a utilização da forma eletrônica para o referido certame. O parágrafo 1º do artigo 9º da lei 12.232/2010 estabelece que a via não identificada deve ser apresentada em invólucro padronizado fornecido pela instituição que realiza o certame. Ademais, a hipótese de entrega das propostas de forma eletrônica dependeria do desenvolvimento de um sistema próprio capaz de garantir que os arquivos das propostas não tivessem qualquer identificação, por exemplo informações de autoria, computadores que os originaram, data e horário de criação, alteração e salvamento, entre outras informações de propriedade dos arquivos. O desenvolvimento de um sistema com essa finalidade, além de gerar custos para a Administração, acarretaria em longo período de tempo dispendido, o que poderia impactar na manutenção do serviço de comunicação publicitária e trazer prejuízos à sociedade, que deve ser informada dos atos da municipalidade, campanhas de saúde pública, ações de educação e orientação social, entre outras atividades. Dessa forma, a entrega física dos documentos preserva a lisura do processo, garantindo a não identificação das propostas e a realização do certame no prazo.

A lei nº 14.133/21 trouxe mudanças significativas no sistema recursal das licitações, com destaque para a redução dos prazos para interposição e julgamento de recursos. Antes, esses prazos eram extensos e contribuíam para a morosidade do processo licitatório como um todo. Com a nova legislação, o prazo para interposição de recursos foi reduzido para o prazo de 03 (três) dias úteis, podendo a autoridade competente reconsiderar sua decisão no prazo de 03 (três) dias úteis ou encaminhar com a sua motivação para a autoridade superior, proferir sua decisão no prazo de 10 (dez) dias úteis. Essa medida visa garantir a celeridade e eficiência do processo, contribuindo para a economia de tempo e recursos.

E quando o recurso tratar das decisões proferidas no julgamento das propostas ou ato de habilitação ou inabilitação de licitante haverá a concentração do julgamento de recursos em uma única fase. Isso significa que todos os recursos interpostos contra essas decisões, serão julgados de uma só vez, ao final do prazo de interposição. Essa medida contribui para a concentração e otimização do processo, evitando a prolongação desnecessária da fase recursal.

Em relação às microempresas e empresas de pequeno porte que requeiram os benefícios da Lei Complementar Federal nº 123 de 14 de dezembro de 2006, estas devem também declarar não ter celebrado contratos com a Administração Pública cujos valores somados extrapolem a receita bruta máxima admitida para fins de enquadramento como empresa de pequeno porte, conforme expresso no § 2º do art. 4º da Lei 12.232/2021.

4. Legislação Aplicada

Foram considerados neste estudo técnico as seguintes legislações:

Lei nº 12.232/2010

Lei nº 14.133/2021

Lei nº 4.680/1965

Constituição Federal

Portaria Secom nº 8.038/2022

Decreto 4.563/2002



Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS **"TERRA DO PÉ DE SOJA SOLTEIRO"**

Lei Complementar Federal nº 123/2006

5. Alinhamento entre a Contratação e o Planejamento do Órgão

A Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS possui demandas de comunicação publicitária, com o intuito de divulgar ações de interesse público, promovendo transparência e o acesso aos serviços públicos e à informação. A partir do levantamento das necessidades de comunicação, o Legislativo municipal desenvolveu o Planejamento Anual de Comunicação.

Buscando o uso responsável dos recursos públicos, a contratação de agência de publicidade é importante para a execução desse Planejamento, com previsão orçamentária para atender as demandas de comunicação.

Vale ressaltar que a contratação de empresas especializadas para o fornecimento de serviços de comunicação publicitária é uma exigência legal e ainda se mostra uma opção acertada para o Legislativo municipal, uma vez que é um serviço técnico de apoio especializado para que a Câmara possa desempenhar suas competências.

6. Descrição da necessidade

A comunicação do Legislativo municipal baseia-se no princípio constitucional da publicidade, disposto no §1º do artigo 37 da Constituição Federal, que garante o direito da população e o dever da administração pública de divulgar os atos praticados e propagar as providências necessárias ao controle da legalidade, da moralidade e da eficiência das atividades do Legislativo. A publicidade dos atos deve ter caráter educativo, informativo ou de orientação social e deve estar vinculada a objetivos sociais e de interesse público, cumprindo a importante função institucional de fortalecimento da cidadania e promoção da transparência e do controle social.

A comunicação publicitária é um dos principais recursos da Administração Pública para viabilizar, potencializar ou otimizar suas ações. Isso inclui a execução de campanhas que visam difundir as atribuições do Legislativo municipal, esclarecendo à população as funções que exerce, informar sobre os trabalhos realizados e como impactam a vida dos cidadãos, além de estimular a participação social nos trabalhos da Casa, seja presencialmente ou pelos canais digitais.

A Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS possui diversas necessidades de comunicação que demandam divulgação para promover a toda a sociedade o acesso à informação sobre o trabalho do Legislativo.

Ressalta-se que, dentre as ferramentas de comunicação social, a publicidade é a que absorve o maior volume dos investimentos em comunicação, na medida em que envolve a aquisição de tempos e espaços de mídia nos diversos veículos de comunicação e divulgação, para transmissão das mensagens do Legislativo municipal a todos os cidadãos, dos diversos segmentos da sociedade.

E para desempenhar esse papel de forma adequada e eficaz, observada a legislação em vigor, em especial a Lei nº 12.232/2010, é necessário aliar as competências de equipes internas à expertise de



Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS **"TERRA DO PÉ DE SOJA SOLTEIRO"**

agência de propaganda contratada por meio de processo licitatório, as quais dispõem dos conhecimentos técnicos, profissionais qualificados e instrumentos capazes de oferecer as melhores soluções publicitárias às necessidades de comunicação apresentadas, com vistas a contribuir para o alcance dos objetivos do Poder Legislativo municipal e a rentabilização dos investimentos e recursos públicos envolvidos no desenvolvimento das ações publicitárias.

7. Área requisitante

Comunicação Social - Câmara Municipal de Laguna Carapã – MS.

8. Descrição dos Requisitos necessários ao atendimento da necessidade

Para atendimento adequado das necessidades de comunicação da Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS envolvidas na presente contratação, destacam-se os seguintes requisitos:

Da natureza continuada dos serviços de publicidade a serem contratados:

A contratação de serviço de publicidade pela Câmara Municipal de Laguna Carapã busca aprimorar a comunicação do Legislativo, passando a dispor de um importante instrumento de divulgação de mensagens que fortalece a transparência pública.

Nesse contexto, a publicidade e propaganda configuram-se como serviço prestado de forma continuada, pois são essenciais para atender à necessidade pública de forma permanente e contínua, por mais de um exercício financeiro, garantindo o funcionamento das atividades finalísticas do órgão, de modo que sua implantação e manutenção contribuem para o cumprimento da missão institucional.

Ressalta-se que, por meio da contratação de agência de publicidade, a Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS poderá obter planejamentos de campanha e projetos publicitários, criação de peças, produção técnica dos materiais com fornecedores especializados e supervisionados pela agência, contratação de espaço e distribuição das peças junto aos veículos de comunicação e divulgação, nos termos da Lei nº 4.680/1965 e da Lei nº 12.232/2010, entre outras atividades.

Destaca-se também a relevância das ações de publicidade no posicionamento institucional do Legislativo municipal junto à sociedade, frente aos desafios e aos problemas que se apresentam no dia a dia, tornando-se pertinente manter a previsão no edital da possibilidade de prorrogação dos contratos, conforme termos do artigo 110, inciso I, da Lei nº 14.133/2021.

Modalidade e critério de julgamento da licitação:

Com base no art. 6º, inciso XXXVIII, da Lei nº 14.133/2010, será adotada na presente contratação a modalidade Concorrência, em face do tipo de serviço a ser contratado. A busca pelas melhores e mais adequadas mecânicas para a contratação de serviços de comunicação levam sempre em conta o concílio da excelência na prestação com a aplicação do Princípio da Vantajosidade para a Administração Pública.

Portanto, há situações em que a vantajosidade da oferta não é medida exclusivamente pelo seu preço.



Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS

"TERRA DO PÉ DE SOJA SOLTEIRO"

Trata-se de um critério oportuno para situações em que as modificações na qualidade do bem ou serviço ofertado impliquem em variações significativas no atendimento ao interesse público visado. Por isso, no caso do serviço de publicidade, a proposta mais vantajosa buscada pela Administração não é aquela necessariamente menos onerosa, apesar de também ser levado em conta a realidade de preços praticados em nosso mercado. Além da onerosidade, a qualidade tem suma importância na apreciação das propostas.

Dentre os critérios de julgamento previstos para a Concorrência, tanto a "melhor técnica" como a "técnica e preço" são utilizados para avaliação de serviços de ordem intelectual, como é o caso da publicidade e propaganda. Porém a análise da Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS aponta que o tipo "técnica e preço" é o que melhor corresponde aos anseios do Legislativo municipal.

A Portaria Secom nº 8.038/2022 da Secretaria Especial de Comunicação Social do Governo Federal, em seu art.14, considera que a escolha do critério de julgamento é ato discricionário do órgão ou entidade contratante, devendo ser apresentado a devida fundamentação.

A presente contratação apresenta enquadramento com os critérios para a adoção de "técnica e preço" se considerarmos parâmetros como os tipos de ações publicitárias a serem desenvolvidas, a quantidade de meios a serem utilizados, os públicos-alvo a serem atingidos, o perfil geográfico das ações de publicidade e a sazonalidade das necessidades de comunicação. O valor contratual de **R\$ 240.000,00 (duzentos e quarenta mil reais)** é fator limitador para a atuação publicitária, que possui foco nas ações de comunicação para a população de Laguna Carapã - MS.

Além disso, o nível de qualificação técnica a ser exigido da agência deve ser considerado, no mínimo com a estrutura e quadro de profissionais definidos neste Estudo Técnico, compatível com os serviços que serão prestados, conforme a seguir:

Compreendem os serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação.

- a) À produção e à execução técnica das peças e projetos criados;*
- b) Ao planejamento e execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relacionados a determinada ação publicitária;*
- c) À criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias desenvolvidas.*

Utilizando-se da licitação por "técnica e preço", permite-se garantir a realização do objeto contratado com qualidade e o melhor custo-benefício, já que a escolha da proposta mais vantajosa para a administração pública leva em consideração tanto o preço quanto a qualidade técnica.



Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS **"TERRA DO PÉ DE SOJA SOLTEIRO"**

Será adotada a proporção de 70% de valoração para a proposta técnica e 30% para a proposta de preços, conforme § 2º, inciso II, do art. 37 da lei nº 14.133/2021.

Da empresa a ser contratada:

Nos termos dos artigos 1º e 4º da Lei nº 12.232/2010, os serviços de publicidade deverão ser prestados necessariamente por intermédio de agência de propaganda, que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento e, de acordo com o §1º do art. 4º, tal documento poderá ser obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP), entidade sem fins lucrativos, integrado e gerido por entidades nacionais que representam veículos, anunciantes e agência, ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agência de propaganda.

Da habilitação da licitante:

Para participar no presente certame, a agência de propaganda licitante deverá apresentar documentos e declarações que comprovem sua habilitação jurídica, sua regularidade fiscal e trabalhista, sua qualificação técnica e sua qualificação econômico-financeira, nos termos previstos nos dispositivos legais e normativos atinentes à matéria.

Da especificação dos produtos e serviços a serem prestados:

A presente contratação não envolve a especificação prévia dos produtos e serviços a serem prestados no decorrer da execução contratual, tendo em vista que, de acordo com o art. 6º da Lei nº 12.232/2010. O Estudo Técnico Preliminar dá base para o projeto básico, conforme art. 6º, inciso XX, da Lei 14.133/2021.

Contudo na licitação de publicidade o projeto básico com as especificações técnicas dos produtos e serviços que serão executados, efetiva-se por meio de um Briefing a ser disponibilizado como anexo do Edital, para subsidiar o desenvolvimento da Proposta Técnica pelas licitantes, conforme disposto no inciso II do art. 6º da lei nº 12.232/2010, e, conseqüentemente, possibilitar a avaliação da capacidade técnica das licitantes.

Considerando o caráter sigiloso do Briefing, o mesmo só deve ser anexado ao edital de licitação na véspera de sua publicação.

Da Proposta Técnica:

No âmbito de uma licitação do critério de julgamento "técnica e preço", como é o caso da presente contratação de serviços de publicidade, as Propostas Técnicas a serem apresentadas pelas licitantes constituem o elemento primordial do procedimento de seleção, na medida em que é por meio delas que a agência de propaganda comprovará a sua qualificação e expertise para atendimento das necessidades de comunicação do contratante. Dessa forma, a Proposta Técnica contempla uma série de quesitos e subquesitos a serem julgados, os quais, juntos, possibilitam a avaliação da capacidade técnica das licitantes, a saber, tendo as seguintes pontuações:



Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS **"TERRA DO PÉ DE SOJA SOLTEIRO"**

I – Plano de Comunicação Publicitária: máximo 55 (cinquenta e cinco) pontos

- a) Raciocínio Básico: máximo 15 (quinze) pontos;*
- b) Estratégia de Comunicação Publicitária: máximo 15 (quinze) pontos;*
- c) Ideia criativa: máximo 15 (quinze) pontos;*
- d) Estratégia de Mídia e Não Mídia – máximo 10 (dez) pontos.*

II – Conjunto de Informações: máximo 15 (quinze) pontos

- a) Capacidade de Atendimento: máximo 05 (cinco pontos);*
- b) Repertório: máximo 05 (cinco pontos);*
- c) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: máximo 05 (cinco pontos).*

De acordo com o inciso IX do artigo 6º da Lei nº 12.232/2010 o formato para apresentação pelas licitantes do Plano de Comunicação Publicitária deve ser padronizado quanto a seu tamanho, fontes tipográficas, espaçamento de parágrafos, quantidades e formas dos exemplos de peças e a outros aspectos pertinentes, visando assegurar a inviolabilidade da autoria do quesito mais importante da Proposta Técnica.

Ao estabelecer o julgamento de Planos de Comunicação Publicitária apócrifos, o inciso IV do art. 6º da Lei 12.232/2010 agrega maior lisura aos processos de contratação de serviços de publicidade, na medida em que a reputação que a licitante dispõe no mercado não irá influenciar a Subcomissão Técnica, de forma positiva ou negativa, no julgamento de sua proposta de Plano de Comunicação Publicitária.

E para promover maior objetividade ao julgamento das Propostas Técnicas e fornecer condições para um controle mais efetivo dos atos da Subcomissão Técnica, pelos órgãos de controle, e pelas empresas concorrentes do certame, a metodologia de julgamento também determina a elaboração de justificativas escritas das razões que fundamentaram as pontuações, se adequando com as regras da Lei nº 14.133/2021 e dos incisos IV e VI do §4º do art. 11 da Lei nº 12.232/2010.

A presente contratação estabelecerá a pontuação máxima do quesito Plano de Comunicação Publicitária em 55 (cinquenta e cinco) pontos. Para o Conjunto de Informações, a pontuação máxima é de 15 (quinze) pontos. O total da Proposta Técnica é 70 (setenta) pontos.

Para que a licitante seja classificada no julgamento técnico e possa participar das próximas etapas do certame, será exigida a pontuação mínima de 55 (cinquenta e cinco) pontos na Proposta Técnica, o que apresenta baixo risco de redução demasiada do número de classificadas, sem diminuir a qualificação técnica esperada. Licitantes que obtiverem pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos, serão desclassificadas em razão da baixa qualidade da proposta. Sem contar que



Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS **"TERRA DO PÉ DE SOJA SOLTEIRO"**

qualquer licitante que tente influenciar a Comissão ou a Subcomissão Técnica também é passível de desclassificação no certame.

Cabe observar que a lei 14.133/2021 prevê em seu art. 36, parágrafo 3º, que o desempenho pretérito na execução de contratos com a Administração Pública é considerado na pontuação técnica. Contudo, é incompatível com o caso da licitação de publicidade, que é regida pela lei 12.232/2010, assegurando a não identificação da proposta. Ademais, a avaliação da capacidade técnica já ocorre no critério Conjunto de Informações, conforme art. 8º da Lei 12.232/2010.

Proposta de Preços:

Para a Proposta de Preços deverão ser observadas as práticas de mercado, conforme estabelece o inciso V do art. 6º da Lei nº12.232/2010, bem como as condições diferenciadas de remuneração para a Administração Pública, conforme determina o Decreto nº 4.563/2002, são estabelecidas pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão da Atividade Publicitária (CENP), como segue:

3.11 Nas contratações com o setor público, os anunciantes de cada Poder e Esfera Administrativa serão considerados como departamentos de um só anunciante, para efeito de aplicação dos dispositivos econômicos destas Normas-Padrão, ainda que os contratos sejam celebrados separadamente com cada órgão, autarquia, empresa, fundação, sociedade de economia mista ou outro tipo de entidade governamental.

[...]

3.11.2 O disposto neste item aplica-se à:

a) reversão da parcela do "desconto de agência", de que tratam os itens 2.7, 3.5 e 6.4;

[...]

c) negociação dos honorários incidentes sobre os serviços de que trata o item 3.6.1

Com base na análise relacionada à Proposta de Preço e à Forma de Remuneração da Agência de Publicidade, apresentada no presente estudo, as licitantes deverão considerar os quesitos abaixo descritos, observados os percentuais máximos e mínimos de honorários e de desconto sobre os custos internos para elaboração de suas Propostas de Preços:

1 - A Proposta de Preço deverá ser elaborada conforme modelo constante no anexo ao edital, informando o percentual de honorários, sem a quebra de percentual, conforme abaixo:

I) Honorários (de 10% a 15%) sobre:

a) os custos referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965, de que trata o subitem 6.11, quanto ao Desconto-Padrão de Agência de Publicidade;

b) o planejamento e a execução de pesquisas e de outros instrumentos, de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas.



Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS **"TERRA DO PÉ DE SOJA SOLTEIRO"**

c) a criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, e sobre o investimento aplicado em plataformas digitais cuja execução não proporcione à LICITANTE o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

*2 - E o desconto, sob forma de percentual, sem quebra de percentual, a ser concedido nos custos internos, calculados sobre a Tabela Referencial de Custos Internos do **Sindicato das Agências de Propaganda do Mato Grosso do Sul- Sinapro/MS** em vigor quando da prestação dos serviços, observando-se ainda que, para atender o disposto no inciso III, do art. 59 da Lei 14.133/21, evitando-se a inexequibilidade do contrato administrativo que vier a ser firmado.*

3 - A Proposta de Preço deverá ter declaração da licitante:

a) Comprometendo-se a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo à Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS as vantagens obtidas;

b) Informando estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais patrimoniais de uso das ideias (incluindo estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade exclusiva, de seus empregados ou prepostos, concebidos, criados ou produzidos em decorrência do contrato.

4 - O desconto-padrão na contratação de mídia será pago à(s) agência(s) que intermediar(em) a compra de espaço/tempo publicitários, pelos Veículos de Comunicação, na base de 20% sobre o valor da mídia efetivamente negociada, sendo que o Veículo emitirá sua fatura contra a Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS correspondente à chamada "parte líquida", correspondente a 80% do valor da mídia, e a agência emitirá sua nota-fiscal correspondente a 20% (vinte por cento), conforme tabela do Anexo B do Conselho Executivo de Normas Padrão (CENP).

Levantamento de mercado e percentuais a serem aceitos no âmbito do certame:

A contratação de serviços de publicidade, prestados por intermédio de agência de propaganda, nos termos da Lei nº 12.232/2010, tem sido iniciativa comum por parte dos órgãos e entidades dos poderes Legislativo e Executivo estadual e nos municípios, tanto da Administração Pública Direta como Indireta, bem como no Poder Legislativo. No âmbito da contratação, é realizada cotação dos preços praticados por empresas do mercado, na forma de percentual de desconto sobre custos internos e percentual de honorários incidentes sobre o volume de investimento aplicado em serviços de produção, pesquisas e utilização de formas inovadoras de comunicação, que constituem atividades complementares ao objeto do contrato, previstas na Lei nº 12.232/2010.

Para a necessidade proposta há, pelo menos, duas soluções disponíveis, sendo: a contratação mediante concurso de profissionais habilitados e a contratação de agência de publicidade mediante



Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS **"TERRA DO PÉ DE SOJA SOLTEIRO"**

licitação.

A primeira opção demanda reformulação no Plano de Cargos e Carreiras da Câmara de Laguna Carapã, além de disposição orçamentária recorrente observado o impacto que esse acréscimo pode ensejar para a Administração ao longo dos anos e, também, a realização de concurso para provimento dos cargos, além de demandar e aquisição de recursos materiais e adequações na infraestrutura.

Trata-se, portanto, de providências que demandam tempo e estudo de viabilidade, os quais não são possíveis de serem realizados nesse momento sem causar prejuízo para a publicização das informações inerentes Legislativo municipal.

A segunda opção, por outro lado, demanda apenas a realização de processo licitatório que observe as regras contidas na legislação específica, a saber: Lei n. 12.323/10 e Lei n. 14.356/22, além de, obviamente, a Lei Geral de Licitações, Lei n. 14.133/21.

Diante da urgência que demanda a publicização dos atos e trabalhos da Câmara de Vereadores, conclui-se que a opção mais apropriada para o momento é a contratação de agência de publicidade mediante licitação.

Conforme já abordado no capítulo 3 deste estudo (Aspectos Gerais da Contratação), foi feito Levantamento de Mercado com licitações realizadas por outros órgãos, o qual identificou que a remuneração aos serviços de agência de publicidade ocorre por meio de três formas:

1 – Desconto linear sobre criação de peças publicitárias - tendo como referência a tabela do Sindicato Nacional das Agências de Propaganda de Mato Grosso do Sul (Sinapro/MS).

2 – Honorários sobre execução técnica de peças publicitárias – a agência licitada é remunerada por percentuais de honorários incidente sobre o valor total dos custos de produção de peças publicitárias por meio de fornecedores terceiros, que apresentam orçamentos. Os honorários também se aplicam a pesquisas e instrumentos de avaliação de geração e conhecimento, sobre a criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação e sobre a divulgação em plataformas digitais não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

3 – Divulgação em veículos aderentes à autorregulação – 20% referente ao desconto-padrão de Agência de publicidade nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965, de que trata o subitem 6.11, quanto ao Desconto-Padrão de Agência de Publicidade.

Como o item 3 já tem o percentual pré-definido, não cabe a proposição de proposta de preços pelos licitantes.

Dessa forma, os licitantes devem ofertar Proposta de Preços em relação ao percentual de desconto sobre os custos internos baseados na tabela referencial de custos internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso do Sul (SINAPRO/MS); e oferta de honorários pertinentes à supervisão de produção externa incidente sobre os custos de serviços e suprimentos externos de



Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS

"TERRA DO PÉ DE SOJA SOLTEIRO"

terceiros, referentes à elaboração de peças e materiais contratados com fornecedores.

Os percentuais máximos de honorários a serem aceitos no âmbito do certame foram definidos a partir da Pesquisa de Preços realizada para este processo.

A Pesquisa de Preços foi feita a partir da cotação com empresas de comunicação, que atendem a critérios como ter cadastro no CENP (Conselho Executivo de Normas-Padrão) e possuir experiência na prestação de serviços publicitários para o setor público.

Considerando uma campanha publicitária padrão, com a temática "Conheça a Câmara", as empresas pesquisadas apontaram percentuais de desconto sobre a Tabela de Preços Sinapro-MS, referente aos custos de criação e finalização de peças publicitárias, na faixa de 40% a 50%. Apresentaram também honorários incidentes sobre custos de fornecedores terceiros e plataformas digitais, de 10% a 15%.

Foi realizada também Pesquisa de Preços em sítios eletrônicos para comparação de preços, considerando portais de compras governamentais e contratações similares de outros entes públicos. A pesquisa apresentou os resultados, conforme tabela a seguir.

ÓRGÃO	DESCONTO SOBRE TABELA DE CUSTOS INTERNOS	HONORÁRIO S (COM INTERMEDIA ÇÃO DE AGÊNCIA)	HONORÁRIOS (LIMITADO À CONTRATAÇÃ O E PAGAMENTO)
Prefeitura Municipal de Aparecida de Taboado (2021)	De 30% a 50%	15%	5% a 10%
Prefeitura Municipal de Dourados (contrato 2024)	De 30% a 50%	10% a 15%	10% a 15%
Prefeitura Municipal de Corumbá (contrato 2024)	De 30% a 50%	10% a 15%	10% a 15%
Prefeitura Municipal de Três Lagoas (2025)	De 30% a 50%	10% a 15%	10% a 15%
Prefeitura Municipal de Naviraí (2021)	De 30% a 50%	10% a 15%	10% a 15%
Governo do Estado de Mato Grosso do Sul	De 0% a 50%	15%	5% a 10%



Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS

"TERRA DO PÉ DE SOJA SOLTEIRO"

(contratos 2022)			
Agência Estadual de Regulação de Serviços Públicos de Mato Grosso do Sul	De 0% a 50%	15%	5% a 10%
Assembleia Legislativa do Estado de Mato Grosso do Sul	De 0% a 50%	10% a 15%	5% a 10%
Tribunal de Contas do Estado de Mato Grosso do Sul (contrato 2023)	De 0% a 50%	10% a 15%	10% a 15%

Dessa forma, os critérios de remuneração levam em consideração a Pesquisa de Preços / Levantamento de Mercado e o contexto do órgão, que, conforme já abordado, não conta com profissional habilitado em publicidade e busca evoluir sua comunicação com a incorporação do serviço de propaganda com qualidade técnica para que o órgão melhor atenda as suas necessidades.

A partir da Pesquisa de Preços, foram definidos os seguintes parâmetros para que os licitantes apresentem suas propostas de remuneração: percentual de 0% a 50% de desconto sobre os custos de criação; percentual na faixa de 10% a 15% para honorários de execução técnica com supervisão da agência. Sendo que terão maior pontuação no certame os licitantes que apresentarem maior percentual de desconto sobre a tabela Sinapro e/ou cobrarem menor percentual de honorários sobre serviços de terceiros.

Ressalta-se que, embora alguns órgãos pratiquem remuneração diferenciada de honorários quando a responsabilidade da agência se limitar à contratação e pagamento do fornecedor, julgamos que é mais adequado para a Câmara Municipal que os serviços de produção com terceiros tenham a supervisão da agência, sempre com a apresentação de no mínimo 3 (três) orçamentos com empresas diferentes, garantindo maior segurança técnica e jurídica na prestação dos serviços e na fiscalização do contrato.

Os limites percentuais definidos para o certame estão de acordo com os preços praticados no mercado de Mato Grosso do Sul. Cabe ainda ressaltar que, conforme pesquisado, nos processos de publicidade há a tendência de prevalecer os índices mais vantajosos para a administração, o que se alinha à expectativa deste órgão. Dessa forma, a expectativa é de obtenção de valores próximos a 50% sobre a tabela Sinapro e 10% de honorários de produção, os quais serão mais bem pontuados.

Comissão de Julgamento:



Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS **"TERRA DO PÉ DE SOJA SOLTEIRO"**

De acordo com a Lei nº 12.232/2010, os trabalhos das diversas fases do certame estarão a cargo do Agente de Contratação e sua equipe de apoio, a ser constituída e nomeada de acordo com a Lei 14.133/21, para administrar todo o processo licitatório; e Subcomissão Técnica, a ser constituída e designada exclusivamente para o julgamento das Propostas Técnicas, de acordo com o previsto no §§ 1º e 2º do art. 10 da Lei nº 12.232/2010, a ser composta por pessoas formadas em comunicação, publicidade ou marketing, ou que atuem em uma dessas áreas.

Conforme disposto na Lei nº 12.232/2010, a presente licitação deverá adotar para a composição da Subcomissão Técnica a quantidade mínima de 3 (três) membros, sendo pelo menos um deles sem vínculo funcional com a Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS.

Serão adotadas providências para o cadastramento de, ao menos, 9 (nove) nomes a serem submetidos a sorteio para composição dos membros da Subcomissão Técnica, nos termos da Lei nº 12.232/2010, sendo a ordem de suplência sorteada entre os demais nomes remanescentes, para convocação nos eventuais casos de impedimento de algum dos titulares.

Os membros internos e externos para composição da relação dos nomes hábeis ao sorteio deverão cumprir os seguintes requisitos:

- Possuir formação em comunicação, publicidade ou marketing.
- Ou ter atuado na área de comunicação, sobretudo nas áreas de publicidade e marketing;
- Não possuir relação de parentesco até terceiro grau com servidor do órgão contratante que atue nas áreas intervenientes ao processo de contratação; e
- Não possuir nenhuma ligação com qualquer das licitantes.

Deverá ser feito Chamamento com cadastramento dos interessados em participar da Subcomissão Técnica, apresentando documentação comprobatória dos cumprimentos dos critérios acima estabelecidos, além de documentos pessoais como cédula de identidade ou equivalente, Cadastro de Pessoas Físicas (CPF) e documento comprobatório do vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS, quando for o caso. Após essa etapa, será feita a publicação dos nomes e a abertura de 10 (dez) dias para impugnação antes do sorteio. A condução dos demais procedimentos licitatórios será de competência da Comissão Permanente de Licitação, nos termos da Lei nº 14.133/2021.

Duração dos contratos:

A duração inicial da presente contratação terá o período de 12 (doze) meses, o qual poderá ser prorrogado, mediante acordo entre as partes, por iguais e sucessivos períodos, com vistas à obtenção de preços e condições mais vantajosas para a Administração, limitada a 10 (dez) anos, com base na avaliação de desempenho da contratada, realizada pela Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS.

A prorrogação do contrato também levará em consideração requisitos como condições e preços vantajosos, negociação com o contratado (desde que não amplie as vantagens ao mesmo ou admita alteração no contrato que afete os balizares da licitação), em caso de prorrogação, ou a extinção do ajuste sem ônus para as partes, conforme art. 107 da Lei 14.1433/21, bem como as condições



Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS **"TERRA DO PÉ DE SOJA SOLTEIRO"**

previstas no art. 92, incisos V, VIII e IX, da Lei 14.133/21.

9. Descrição da solução com um todo

Nos termos do art. 2º da Lei nº 12.232/2010, o objeto de um contrato de serviços de publicidade envolve o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

O §1º do mesmo artigo estabelece que nessas contratações possam ser incluídos os seguintes serviços especializados, como atividades complementares:

I - Ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, respeitado o disposto no art. 3º da Lei 12.232/2010;

II - À produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;

III - À criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

De acordo com o §2º do mesmo artigo, os contratos de serviços de publicidade terão como objeto somente as atividades descritas acima, sendo vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

Quanto às pesquisas e avaliações previstas no inciso I, acima descrito, o art. 3º da lei 12.232/2010 torna passível de execução apenas aquelas que tenham finalidade específica de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e veiculação e de possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas publicitárias realizadas na execução contratual, sendo vedada a inclusão de qualquer matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com a ação de publicidade ou com o objeto do contrato.

As propostas técnicas deverão ser estruturadas conforme a lei 12.232/2010 e as especificações do edital, e serão entregues na data e hora marcadas com a posterior avaliação por Subcomissão Técnica designada por meio de chamamento público.

A proposta de preços contém os percentuais de remuneração da contratada, ofertados pela licitante e baseado nos parâmetros editalícios. Os preços são baseados em levantamento de mercado e na legislação vigente.



Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS

"TERRA DO PÉ DE SOJA SOLTEIRO"

10. Estimativa das quantidades a serem contratadas

Diferentemente dos serviços de natureza comum, que são constituídos por tarefas que podem ser executadas mecanicamente ou segundo técnicas, protocolos e métodos pré-estabelecidos e conhecidos, para os quais caberia a modalidade pregão em sua contratação, os serviços de publicidade possuem uma natureza intelectual, na medida em que a sua contratação envolve, basicamente, a expertise da agência de propaganda na proposição das soluções publicitárias mais adequadas para atingimento dos objetivos de comunicação estabelecidos em cada demanda.

Por sua natureza, "quantidades" inerentes a serviços de natureza comum, os serviços de publicidade são delineados por meio de um orçamento ou budget destinado às ações, o que impede a predefinição precisa e exata de cada peça publicitária e serviço que será executado.

Dessa forma, para fins de quantificação, foi levado em conta o Plano Anual de Comunicação (Anexo), que traz a previsão de campanhas educativas, informativas e de utilidade pública, como prestação de serviços, eventos, projetos específicos de interesse público, entre outros que demandam visibilidade.

O Plano Anual de Comunicação considera informações do Levantamento de Necessidades de Comunicação para o período de 12 meses, estimando 37 (trinta e sete) ações publicitárias, entre campanhas (pequeno, médio e grande porte), investimentos mensais no digital e produções mensais de materiais de comunicação, conforme resumo apresentado abaixo.

PLANEJAMENTO ANUAL DE COMUNICAÇÃO – PUBLICIDADE*		
MÊS	CAMPANHA	VERBA
JANEIRO	Conheça a Câmara	R\$ 12.000,00
	Digital	R\$ 5.000,00
	Materiais de apoio e produções	R\$ 3.400,00
FEVEREIRO	Câmara On-line	R\$ 10.000,00
	Minha Cidade, Minha Lei	R\$ 7.000,00
	Digital	R\$ 5.000,00
	Materiais de apoio e produções	R\$ 3.400,00
MARÇO	Mulheres de Laguna Carapã	R\$ 12.000,00
	Digital	R\$ 5.000,00
	Materiais de apoio e produções	R\$ 3.400,00
ABRIL	Transparência é Lei	R\$ 12.000,00
	Digital	R\$ 5.000,00
	Materiais de apoio e produções	R\$ 3.400,00
MAIO	Juventude e Cidadania	R\$ 7.000,00
	Digital	R\$ 5.000,00



Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS
"TERRA DO PÉ DE SOJA SOLTEIRO"

	Materiais de apoio e produções	R\$ 3.400,00
	Nossa Laguna Carapã	R\$ 10.000,00
	Digital	R\$ 5.000,00
	Materiais de apoio e produções	R\$ 3.400,00
JULHO	A Câmara Fiscaliza	R\$ 12.000,00
	Digital	R\$ 5.000,00
	Materiais de apoio e produções	R\$ 3.400,00
	Sessão é Pra você	R\$ 7.000,00
	Digital	R\$ 5.000,00
	Materiais de apoio e produções	R\$ 3.400,00
SETEMBRO	Democracia	R\$ 12.000,00
	Digital	R\$ 5.000,00
	Materiais de apoio e produções	R\$ 3.400,00
OUTUBRO	Câmara + Comunidade	R\$ 12.000,00
	Digital	R\$ 5.000,00
	Materiais de apoio e produções	R\$ 3.400,00
NOVEMBRO	Consciência Negra e Igualdade	R\$ 10.000,00
	Digital	R\$ 5.000,00
	Materiais de apoio e produções	R\$ 3.400,00
DEZEMBRO	Balanço do Ano Legislativo	R\$ 16.200,00
	Digital	R\$ 5.000,00
	Materiais de apoio e produções	R\$ 3.400,00
TOTAL		R\$ 240.000,00

11. Estimativa do Valor da Contratação

A Câmara de Laguna Carapã nunca realizou contratação dessa natureza. Como é a primeira vez que a Câmara Municipal realiza a contratação de agência de publicidade, não há memórias de cálculo sobre investimentos passados neste tipo de contratação, o que é compensado por parâmetros como: o novo contexto de implantação da comunicação publicitária no Legislativo municipal; a necessidade de atender ao Plano Anual de Comunicação; investimentos suficientes para criar, executar e veicular as campanhas publicitárias; hábitos de comunicação do público; investimentos compatíveis com o crescimento de Laguna Carapã; e a pesquisa de preços com outros órgãos similares.

Os fatores que impactam na estimativa do valor global do contrato estão detalhados abaixo.

I - Implantação do serviço técnico de publicidade

A Câmara Municipal de Laguna Carapã está estruturando sua comunicação publicitária, agregando serviço técnico especializado para divulgação das informações e atos do Legislativo, aprimorando



Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS **"TERRA DO PÉ DE SOJA SOLTEIRO"**

seus mecanismos de transparência e relacionamento com a sociedade.

Nessa nova fase da comunicação do Legislativo, exige investimento capaz de contemplar demandas represas como a necessidade de divulgar de forma mais didática e intensa o trabalho da Câmara, suas atribuições e mecanismos de participação social. A Câmara de Laguna Carapã vem operando com grande dimensionamento de ações que exigem aporte compatível para a melhor comunicação com seus públicos.

II - Necessidades de atendimento ao Plano Anual de Comunicação

A presente contratação envolve o levantamento das estimativas de preços dos produtos e serviços a serem praticados no decorrer da execução contratual, de acordo com as necessidades de comunicação consolidadas no Plano Anual de Comunicação Publicitária, conforme tabela já apresentada, projetando 37 (trinta e sete) ações publicitárias a serem aplicadas ao longo de 12 meses, totalizando R\$ 240.000,00 (duzentos e quarenta mil reais).

Assim, na contratação de serviços de publicidade, para estabelecimento do valor global a ser estimado no âmbito do certame, foram consideradas as necessidades de comunicação a serem atendidas no decorrer da execução contratual, em termos de volume, porte e abrangência das demandas potenciais.

III - Custos que abrangem criação, execução técnica e veiculação

Com vistas a identificar o valor adequado para a presente contratação, faz-se necessário ainda considerar tanto o orçamento disponível no órgão, como os valores estimados para as ações publicitárias planejadas, de forma a identificar um valor capaz de atender, de forma satisfatória, as necessidades de realizar criações de campanhas, execução técnica com contratação de fornecedores terceiros e a veiculação das mensagens em espaços de divulgação.

Os custos na criação de peças devem atender às necessidades de campanhas publicitárias, que exigem amplo mix de peças para diversos meios de comunicação, de forma a impactar os segmentos sociais nos diferentes suportes publicitários que acessem cotidianamente.

Para o fornecimento de bens e serviços especializados é necessária a apresentação pela agência contratada de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas jurídicas previamente cadastradas, que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido, nos termos do art. 14 da Lei 12.232/2010.

E na contratação de tempos e espaços junto a veículos de comunicação e divulgação, para distribuição das peças publicitárias de uma campanha, são praticados os valores constantes das respectivas tabelas de preços, aplicados os descontos negociados, conforme disposto no art. 15 da lei 12.232/2010. A veiculação das mensagens é a parte que soma maior investimento no âmbito da publicidade e propaganda.



Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS **"TERRA DO PÉ DE SOJA SOLTEIRO"**

IV - Hábitos de consumo de comunicação

Além disso, vale frisar que a administração pública convive com uma realidade nos hábitos de consumo de comunicação que exige divulgação em meios de comunicação tradicionais (como TV, rádio, out of home), assim como na internet, que está consolidada nos hábitos de consumo, e está arraigada na Administração Pública, não apenas como meio de divulgação, mas também como canais de relacionamento com os cidadãos.

A internet, por meio de veículos de comunicação que atuam nessa área, exige investimentos cada vez mais substanciais, ao mesmo tempo em que é necessário continuar utilizando os meios tradicionais que permanecem importantes no cotidiano dos públicos. O que também impacta na previsão de custos de contratação de publicidade.

IV – Investimentos compatíveis com o crescimento de Laguna Carapã

A Câmara Municipal de Laguna Carapã, alinhada ao seu papel constitucional de representar a população e fiscalizar os atos do Poder Executivo, reconhece a importância de investir em publicidade institucional como ferramenta essencial para ampliar a transparência, a participação cidadã e a divulgação das ações legislativas.

Nos últimos anos, Laguna Carapã vem passando por um processo de crescimento e desenvolvimento socioeconômico significativo, impulsionado por investimentos públicos em áreas estratégicas como infraestrutura, pavimentação, saneamento básico e produção agrícola. Esse cenário de transformação exige também que o Poder Legislativo esteja preparado para comunicar de forma clara, eficiente e acessível suas ações e decisões.

Assim, os investimentos em publicidade institucional se justificam pelas seguintes razões:

a) Transparência e Prestação de Contas: em consonância com os princípios constitucionais da publicidade e da moralidade administrativa (art. 37 da Constituição Federal), a publicidade dos atos legislativos contribui para:

- Informar a população sobre leis aprovadas, requerimentos, moções, audiências públicas e demais atividades parlamentares;
- Garantir que o cidadão acompanhe e compreenda as decisões que impactam sua vida cotidiana;
- Reforçar a confiança nas instituições públicas.

b) Participação Popular e Fortalecimento da Cidadania: o crescimento de Laguna Carapã demanda maior engajamento da população com os temas públicos. A publicidade institucional da Câmara pode:

- Divulgar canais de participação (ex: ouvidoria, sessões abertas, consultas públicas);
- Incentivar a presença e manifestação da sociedade civil nas decisões legislativas;
- Promover a educação cidadã e política, especialmente entre os jovens.

c) Divulgação de Resultados e Ações Legislativas: com o aumento das demandas



Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS

"TERRA DO PÉ DE SOJA SOLTEIRO"

sociais e urbanas, é essencial que a população conheça:

- O trabalho dos vereadores;
- As ações em prol do desenvolvimento local;
- As iniciativas para fiscalizar e colaborar com o Executivo Municipal.

Esse tipo de publicidade não possui caráter promocional, mas sim informativo e institucional, com foco na comunicação de interesse público.

d) Adequação ao Crescimento e à Modernização da Comunicação: a realidade atual exige uma comunicação mais ampla e moderna, especialmente considerando:

- O uso crescente das redes sociais, rádios comunitárias, portais de notícias e aplicativos de mensagens como meios de informação da população;
- A necessidade de alcançar tanto a zona urbana quanto a rural do município;
- A modernização dos canais institucionais da Câmara, com melhoria no site, transmissões ao vivo e campanhas informativas.

Investir em publicidade institucional garante que os cidadãos tenham acesso às informações de maneira democrática, mesmo em áreas com acesso limitado à internet ou baixa escolaridade.

Diante do cenário de desenvolvimento contínuo de Laguna Carapã, a publicidade institucional da Câmara Municipal não é apenas legítima, mas necessária para garantir a transparência, a informação e a aproximação com o cidadão, pilares fundamentais de uma democracia participativa. O investimento proposto está em conformidade com os princípios legais e é proporcional à importância de manter a sociedade informada sobre as ações de seus representantes. Tendo em vista também que a realização de um processo licitatório dessa natureza demanda recursos humanos e materiais, com gastos para o erário, bem como a característica contínua do serviço a ser prestado, fazem com que a legislação permita que se possa renovar o contrato, nas mesmas condições, por até dez anos.

Dessa forma, o valor global estimado também leva em consideração o contexto de crescimento municipal e que o contrato seja capaz de suprir as demandas publicitárias pelos próximos anos.

IV - Pesquisas de Preços

A Pesquisa de Preços realizada por meio de cotação com empresas de comunicação, apontou o custo médio de uma campanha publicitária em R\$ 80.967,76 (oitenta mil novecentos e sessenta e sete reais e setenta e seis centavos), englobando os custos de criação, produção e veiculação. Valor compatível com as verbas destinadas a campanhas maiores no Plano Anual de Comunicação, já descrito neste estudo. Dessa forma, foi considerado o valor de cada campanha publicitária de grande porte, bem como campanhas de médio e pequeno porte, além de necessidades de divulgações avulsas no meio digital e de produções de materiais, já que muitas demandas de comunicação não estão necessariamente associadas a campanhas publicitárias, a exemplo de informativos e outras mensagens necessárias para a orientação social sobre os serviços públicos.

Em relação à Pesquisa de Preços realizada com entidades públicas, mais especificamente em



Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS

"TERRA DO PÉ DE SOJA SOLTEIRO"

contratos praticados pela Câmara Municipal de Laguna Carapã e outros Poderes Legislativos da região, temos os seguintes dados:

ÓRGÃO	VALOR ESTIMADO POR ANO
Câmara Municipal de Laguna Carapã/MS	R\$ 180.000,00
Câmara Municipal de Cassilândia/MS	R\$ 336.000,00
Prefeitura de Alcinópolis	R\$ 411.237,14 (Termo Aditivo)
Câmara Municipal de Caarapó/MS	R\$ 468.000,00
Valor Médio da Soma dos Valores Estimados:	R\$ 348.809,28

*As comprovações dos valores acima descritos, estão em anexo ao presente estudo.

Ademais, faz-se necessário mencionar que conforme descrito no quadro acima, o último contrato da Câmara Municipal de Laguna Carapã/MS foi formalizado no exercício de 2023 prevendo o valor estimado de R\$ 180.000,00 (cento e oitenta mil reais) por ano, ocorre que nos exercícios de 2023, 2024 e 2025 não foram realizados pagamentos nos 12 (dozes) meses, como por exemplo: o exercício de 2024 que foi ano eleitoral, sendo proibido a utilização dos serviços de publicidades. De posse dessas informações, surge então a necessidade real de ser realizado levantamento dos valores totais gastos para formalização da estimativa correta para a contratação do objeto do presente estudo, conforme segue:

TABELA 01 – PAGAMENTOS REALIZADOS NOS EXERCÍCIOS DE 2023, 2024 E 2025 X A QUANTIDADE DE MESES QUE FORAM REALIZADOS PAGAMENTOS EM CADA EXERCÍCIO:

MÊS	ANO		TOTAL DE MESES QUE FORAM REALIZADOS PAGAMENTOS - ANO 2023:
	2023		
	PAGAMENTOS	TOTAL DOS PG	
JANEIRO	R\$ 0,00	R\$ 0,00	9,00
FEVEREIRO	R\$ 9.078,04	R\$ 20.071,36	
	R\$ 10.993,32		
MARÇO	R\$ 10.693,32	R\$ 10.693,32	VALOR TOTAL DIVIDIDO PELA QUANTIDADE DE MESES QUE FORAM REALIZADOS PAGAMENTOS (ANO 2023) FÓRMULA: R\$ 179.466,82 / 9 = VALOR MÉDIO
ABRIL	R\$ 0,00	R\$ 0,00	
MAIO	R\$ 18.881,34	R\$ 33.624,66	
	R\$ 14.743,32		
JUNHO	R\$ 13.493,32	R\$ 13.493,32	
JULHO	R\$ 21.840,60	R\$ 21.840,60	
AGOSTO	R\$ 0,00	R\$ 0,00	
SETEMBRO	R\$ 13.493,32	R\$ 32.002,64	
	R\$ 13.493,32		



Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS
"TERRA DO PÉ DE SOJA SOLTEIRO"

	R\$ 5.016,00		VALOR MÉDIO GASTO (ANO 2023): R\$ 19.940,76
OUTUBRO	R\$ 10.993,32	R\$ 10.993,32	
NOVEMBRO	R\$ 5.016,00	R\$ 18.122,34	
	R\$ 13.106,34		
DEZEMBRO	R\$ 14.775,26	R\$ 18.625,26	
	R\$ 3.850,00		
VALOR TOTAL		R\$ 179.466,82	

MÊS	ANO		TOTAL DE MESES QUE FORAM REALIZADOS PAGAMENTOS (ANO 2024): 7,00
	2024		
	PAGAMENTOS	TOTAL DOS PG	
JANEIRO	R\$ 9.785,74	R\$ 9.785,74	
FEVEREIRO	R\$ 0,00	R\$ 0,00	
MARÇO	R\$ 0,00	R\$ 0,00	
ABRIL	R\$ 9.961,38	R\$ 21.329,70	VALOR TOTAL DIVIDIDO PELA QUANTIDADE DE MESES QUE FORAM REALIZADOS PAGAMENTOS (ANO 2024) FÓRMULA: R\$ 101.473,78 / 7 = VALOR MÉDIO
	R\$ 11.368,32		
MAIO	R\$ 14.981,34	R\$ 14.981,34	
JUNHO	R\$ 0,00	R\$ 0,00	
JULHO	R\$ 8.480,30	R\$ 8.480,30	
AGOSTO	R\$ 0,00	R\$ 0,00	
SETEMBRO	R\$ 0,00	R\$ 0,00	
OUTUBRO	R\$ 13.028,90	R\$ 13.028,90	
NOVEMBRO	R\$ 13.028,90	R\$ 13.028,90	
DEZEMBRO	R\$ 5.060,00	R\$ 20.838,90	
	R\$ 10.008,94		
	R\$ 5.769,96		
VALOR TOTAL		R\$ 101.473,78	

MÊS	ANO		TOTAL DE MESES QUE FORAM REALIZADOS PAGAMENTOS (ANO 2025):
-----	-----	--	---



Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS
"TERRA DO PÉ DE SOJA SOLTEIRO"

MARÇO	R\$ 20.368,32	R\$ 20.368,32	VALOR TOTAL DIVIDIDO PELA QUANTIDADE DE MESES QUE FORAM REALIZADOS PAGAMENTOS (ANO 2025): FÓRMULA: R\$ 133.103,30 / 5 = VALOR MÉDIO
ABRIL	R\$ 22.868,32	R\$ 22.868,32	
MAIO	R\$ 0,00	R\$ 0,00	
JUNHO	R\$ 35.858,32	R\$ 35.858,32	
	R\$ 28.823,96	R\$ 28.823,96	
JULHO	R\$ 0,00	R\$ 0,00	
AGOSTO	R\$ 0,00	R\$ 0,00	
SETEMBRO	R\$ 0,00	R\$ 0,00	
OUTUBRO	R\$ 0,00	R\$ 0,00	VALOR MÉDIO GASTO (ANO 2025): R\$ 26.620,66
NOVEMBRO	R\$ 0,00	R\$ 0,00	
DEZEMBRO	R\$ 0,00	R\$ 0,00	
VALOR TOTAL		R\$ 133.103,30	

*Todos os valores referentes aos pagamentos acima descritos, foram obtidos através de relatórios de pagamentos do software de Gestão Pública da Câmara Municipal de Laguna Carapã/MS no módulo contábil e encontram-se em anexo ao presente estudo.

TABELA 02: VALOR MÉDIO DOS PAGAMENTOS REALIZADOS NOS EXERCÍCIOS DE 2023, 2024 E 2024

ANO	VALOR MÉDIO
2023	R\$ 19.940,76
2024	R\$ 14.496,25
2025	R\$ 26.620,66

SOMA DOS VALORES MÉDIOS
R\$ 61.057,67

SOMA DOS VALORES MÉDIOS DIVIDIDOS POR 3 (EQUIVALENTE A MÉDIA DOS 3 ANOS)
R\$ 20.352,56

VALOR MÉDIO * 12



Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS **"TERRA DO PÉ DE SOJA SOLTEIRO"**

R\$ 244.230,69

Conclusão da Estimativa de Valor

À vista dos fatores elencados, o valor estimado anual para o dispêndio com os serviços de publicidade é de **R\$ 240.000,00 (duzentos e quarenta mil reais)**, cujo montante é decorrente da disponibilidade financeira e orçamentária da Câmara de Laguna Carapã -MS, alinhando-se com o planejamento do órgão. Valor este que se julga suficiente para atender ao Plano Anual de Comunicação, suprir o contexto de implantação da comunicação publicitária no Legislativo, atender aos hábitos de consumo dos públicos e compatibilização com o crescimento municipal.

Registra-se que o ente se reserva no direito de, a seu critério, utilizar ou não a totalidade desta quantia, não podendo ser ultrapassada.

12. Justificativa para o Parcelamento ou não do objeto

De acordo com o parágrafo 3º do artigo 2º da Lei nº 12.232/2010, é facultado ao órgão a adjudicação do objeto da licitação a mais de uma agência de propaganda, sem a segregação em itens ou contas publicitárias. Assim, a Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS pode optar pela contratação de uma agência fornecedora, considerando a eficiência e o melhor atendimento às necessidades da Administração.

13. Contratações Correlatas e/ou Interdependentes

Não se aplica, na medida em que, de acordo com as dinâmicas contratuais, a agência de propaganda fica responsável pela intermediação e supervisão da contratação de fornecedores especializados e de veículos de comunicação e divulgação necessários para o desenvolvimento das ações de publicidade, por ordem e conta da Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS.

14. Resultados Pretendidos

Com a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, a Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS, pretende desempenhar sua missão e competências institucionais de disseminar conteúdos junto à sociedade com maior eficiência e eficácia, em decorrência de melhor qualidade técnica dos serviços prestados e da tempestividade promovida pelos procedimentos contratuais à publicidade institucional do Legislativo municipal. Importante destacar que além de caracterizar um direito do cidadão e um dever do Estado em divulgar seus atos e a destinação dos recursos públicos, a publicidade cumpre ainda o importante papel de orientar, educar e mobilizar a população para que a mesma possa usufruir dos serviços colocados à sua disposição ou adotar posturas positivas que tragam benefícios reais para a sua vida.



Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS

"TERRA DO PÉ DE SOJA SOLTEIRO"

Ressalta-se que a expertise da agência contratada, com profissionais qualificados e instrumentos capazes de oferecer as melhores e mais inovadoras soluções publicitárias, aliada com as dinâmicas de execução dos serviços previstos no instrumento contratual, possibilita maior celeridade ao desenvolvimento da comunicação da Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS e, conseqüentemente, melhor atendimento das suas necessidades de comunicação.

Ao desenvolver uma publicidade mais eficiente, a Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS também otimizará o orçamento destinado para esse fim, o que caracteriza o uso responsável dos recursos públicos. Com isso será priorizado o alcance dos objetivos de comunicação estabelecidos em cada campanha, buscando atingir os vários segmentos de público com as mensagens e os meios mais adequados, contemplando a supervisão da contratação de fornecedores especializados para produção e execução das peças e materiais publicitários desenvolvidos, bem como a contratação dos veículos de comunicação e divulgação utilizados para disseminação das mensagens, realizados pela agência de publicidade no decorrer da execução contratual.

Dessa forma, pretende-se agregar maior adequabilidade, qualidade e eficiência ao processo de implementação da política de comunicação da Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS, trazendo maior transparência aos atos do Legislativo, além de contribuir para maior efetividade do exercício da cidadania pela população, o que caracterizará o correto cumprimento de sua missão institucional.

15. Providências a serem adotadas

A Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS dispõe de área técnica responsável por gerenciar as demandas de comunicação junto à contratada, não havendo necessidade de adequação de ambiente físico, nem de capacitação de servidores para atuarem no relacionamento com a agência de propaganda e fiscalização do contrato.

16. Resultados a serem obtidos

A presente contratação não envolve impactos ao meio ambiente e o processo de contratação deve buscar práticas de sustentabilidade por parte da agência de propaganda a ser contratada.

17. Declaração de viabilidade

Declaramos que a presente contratação apresenta-se viável em todos os aspectos, na medida em que será utilizado orçamento específico alocado para esse fim e que o objeto da contratação é compatível com as competências institucionais da Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS. Ressalta-se, ainda, que a Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS tem observado rigorosamente todos os dispositivos legais e normativos vinculados à matéria, minimizando eventuais riscos de questionamentos por parte de órgãos de controle e fiscalização.

19. Outras Informações

Da Participação de Consórcio



Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS **"TERRA DO PÉ DE SOJA SOLTEIRO"**

Conforme entendimento dos Acórdãos de nº. 1.636/2006-P e 566/2006-P" – TCU, Acórdão nº. 2869/2012-Plenário (Item 1.7.1), *a aceitação de consórcios na disputa licitatória situa-se no âmbito do poder discricionário da administração contratante, requerendo-se, porém, que sua opção seja sempre previamente justificada no respectivo processo administrativo.*

No que se refere à presente contratação de serviços de publicidade, entende-se que, por não se tratar de objeto que envolve alta complexidade ou relevante vulto de valor e, sim, por serviços usualmente prestados por agência de propaganda as quais possuem expertise e capacidade técnica para tanto, o edital deve vedar a participação de empresas reunidas em consórcio.

Da Participação de cooperativas

A presente contratação não deve permitir a participação de empresas reunidas em cooperativas.

Conforme estabelece o art. 10 da Instrução Normativa SEGES/MP nº 5, de 2017, a contratação de sociedades cooperativas somente poderá ocorrer quando, pela sua natureza, o serviço a ser contratado evidenciar:

I - a possibilidade de ser executado com autonomia pelos cooperados, de modo a não demandar relação de subordinação entre a cooperativa e os cooperados, nem entre a Administração e os cooperados; e

II - que a gestão operacional do serviço seja executada de forma compartilhada ou em rodízio, em que as atividades de coordenação e supervisão da execução dos serviços e as de preposto, [...] sejam realizadas pelos cooperados de forma alternada ou aleatória, para que tantos quanto possíveis venham a assumir tal atribuição.

§ 1º Quando admitida a participação de cooperativas, estas deverão apresentar um modelo de gestão operacional que contemple as diretrizes estabelecidas neste artigo, o qual servirá como condição de aceitabilidade da proposta.

§ 2º O serviço contratado deverá ser executado obrigatoriamente pelos cooperados, vedada qualquer intermediação ou subcontratação.

Laguna Carapã/MS, 05 de maio de 2026.

DENNER DUARTE ESPINDOLA
DIRETOR ADMINISTRATIVO

DE ACORDO:

VANDER HENRIQUE NUNES DOSSO
PRESIDENTE DA CÂMARA MUNICIPAL



Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS

"TERRA DO PÉ DE SOJA SOLTEIRO"

ANEXO I

ANÁLISE DE RISCO

Risco 01	Não Haver disponibilidade orçamentária
Probabilidade:	(X) Baixa () Média () Alta
Impacto:	() Baixa () Média (X) Alta
Dano	Impossibilidade de execução dos serviços
Ação Preventiva	Buscar informações orçamentárias junto ao Departamento de Finanças anteriormente à concretização da contratação.

Risco 02	Atraso no pagamento da contratação
Probabilidade:	(X) Baixa () Média () Alta
Impacto:	() Baixa (X) Média () Alta
Dano	Impossibilidade de cumprimento de cláusulas contratuais
Ação Preventiva	Verificar junto à Finanças a possibilidade de pagamento e disponibilidade orçamentária; instituir prazo para pagamento junto ao demandante e pagadora.

Risco 03	Planejamento insuficiente da comunicação
Probabilidade:	() Baixa (X) Média () Alta
Impacto:	() Baixa () Média (X) Alta
Dano	Peças e campanhas ineficazes ou fora do foco institucional
Ação Preventiva	Exigir alinhamento eficaz entre o órgão e a agência quanto aos objetivos de comunicação

Risco 04	Veiculação de conteúdo inadequado ou com erro factual
Probabilidade:	() Baixa (X) Média () Alta
Impacto:	() Baixa () Média (X) Alta
Dano	Danos à imagem do órgão público
Ação Preventiva	Definir rigorosamente a revisão ou aprovação institucional

Risco 05	Inobservância da ética e legislação eleitoral
Probabilidade:	() Baixa (X) Média () Alta
Impacto:	() Baixa () Média (X) Alta
Dano	Penalidades e responsabilização dos gestores
Ação Preventiva	Observar os rigores da lei com o intuito de prevenir a veiculação de publicidade institucional em período vedado

Risco 06	Deixar de realizar obrigação assumida em cumprimento do objeto (inexecução) – Atraso na entrega de peças e campanhas
Probabilidade:	() Baixa (X) Média () Alta
Impacto:	() Baixa () Média (X) Alta
Dano	Prejuízo à efetividade das ações de comunicação
Ação Preventiva	Falhas na gestão de prazos e comunicação entre contratante e agência
Ação de Contingência	Abertura de processo administrativo para averiguação do problema e apuração de responsabilidade. Aplicação de penalidades.



Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS

"TERRA DO PÉ DE SOJA SOLTEIRO"

Após a análise do objeto, em sede de Estudo Técnico-Preliminar, a equipe de planejamento identificou alguns riscos acima elencados, que originaram as presentes contingências, devendo o órgão fiscalizador estar atentos no desenvolvimento do objeto.

ANEXO II – PLANO ANUAL DE COMUNICAÇÃO

PLANO ANUAL DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – 2025

Câmara Municipal de Laguna Carapã

1. INTRODUÇÃO

A Câmara Municipal de Laguna Carapã é o espaço legítimo de representação da população. O Plano Anual de Comunicação Publicitária 2025 tem como principal objetivo consolidar e ampliar o diálogo entre o Legislativo e a sociedade, fortalecendo os princípios democráticos e promovendo ações de comunicação institucional que gerem valor público. A iniciativa busca tornar a atuação da Câmara mais visível, compreensível e acessível a todos os cidadãos.

2. OBJETIVOS GERAIS DO PLANO

- Fortalecer a imagem institucional da Câmara Municipal junto à população.
- Ampliar a transparência das ações e decisões do Legislativo municipal.
- Promover campanhas de utilidade pública com foco em cidadania e participação social.
- Valorizar datas comemorativas e temáticas ligadas aos direitos civis, sociais e ambientais.
- Engajar a população nas ações do Legislativo, estimulando a participação popular.

3. EIXOS DE COMUNICAÇÃO

- **Transparência e Controle Social:** Divulgação clara e objetiva das ações da Câmara, com foco na prestação de contas e na fiscalização dos recursos públicos.
- **Cidadania e Educação Legislativa:** Campanhas educativas sobre o papel do Legislativo e os direitos do cidadão.
- **Participação Popular:** Incentivo à presença e contribuição da população nos canais institucionais e nas sessões legislativas.
- **Inclusão e Diversidade:** Respeito às diferentes vozes da sociedade, com ações voltadas a minorias e grupos historicamente excluídos.

4. ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO

O plano será executado por meio de campanhas mensais multicanais, utilizando veículos digitais e tradicionais. A comunicação será centrada em linguagem clara, visualmente atrativa e socialmente



Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS

"TERRA DO PÉ DE SOJA SOLTEIRO"

engajada, com conteúdos adaptados para diferentes públicos. A execução deverá respeitar as normas legais e os princípios da administração pública.

5. CRONOGRAMA ANUAL E VALORES INVESTIDOS

O plano prevê ações mensais com temáticas específicas, organizadas em campanhas de impacto local. O investimento mensal é detalhado por campanha, com verba destinada à produção, veiculação e ações digitais. O valor total estimado para 2025 é de R\$ 240.000,00 (duzentos e quarenta mil reais), considerando campanhas temáticas, conteúdo digital, materiais gráficos e apoio técnico.

6. CAMPANHAS MENSAS – OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Cada mês contará com campanhas que refletem os eixos do plano. Por exemplo: 'Conheça a Câmara' em janeiro foca em aproximar o cidadão da estrutura legislativa; 'Mulheres de Laguna Carapã' em março valoriza a atuação feminina; 'Câmara nas Ruas' em abril estimula a descentralização da atuação legislativa; e 'Balanço do Ano Legislativo' em dezembro reforça a transparência e prestação de contas.

EIXO 1: Transparência e Controle Social

Foco na divulgação de ações institucionais, fiscalização, prestação de contas e acesso à informação.

Campanhas:

- **Transparência é Lei** (Abril)
- **A Câmara Fiscaliza** (Julho)
- **Câmara On-line** (Fevereiro)
- **Balanço do Ano Legislativo** (Dezembro)

EIXO 2: Participação Popular

Estímulo à presença do cidadão no processo legislativo e em espaços de escuta ativa.

Campanhas:

- **Sessão é Pra Você** (Agosto)



Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS **"TERRA DO PÉ DE SOJA SOLTEIRO"**

EIXO 3: Cidadania e Educação Legislativa

Promoção do entendimento sobre leis, direitos e deveres do cidadão, com foco didático.

Campanhas:

- **Conheça a Câmara** (Janeiro)
 - **Minha Cidade, Minha Lei** (Fevereiro)
 - **Juventude e Cidadania** (Maio)
 - **Democracia** (Setembro)
-

EIXO 4: Inclusão e Diversidade

Valorização de grupos sociais diversos, com foco em igualdade, respeito e representatividade.

Campanhas:

- **Mulheres de Laguna Carapã** (Março)
 - **Consciência Negra e Igualdade** (Novembro)
-

EIXO 5: Qualidade de Vida

Campanhas voltadas à preservação ambiental, bem-estar coletivo e responsabilidade com o futuro.

Campanhas:

- **Nossa Laguna Carapã** (Junho)
-

EIXO 6: Integração Comunitária

Aproximação direta entre a Câmara e os bairros, fortalecendo a presença institucional no cotidiano da população.

Campanhas:

- **Câmara + Comunidade** (Outubro)



Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS

"TERRA DO PÉ DE SOJA SOLTEIRO"

7. DETALHAMENTO CAMPANHAS MENSAIS

A seguir o detalhamento de cada campanha com seus objetivos específicos.

Janeiro

- **Campanha: Conheça a Câmara**
 - **Verba:** R\$ 12.000,00
 - **Objetivos:** Educar o público sobre a estrutura, funções, papel dos vereadores e o impacto do trabalho legislativo na vida da comunidade. Desmistificar o ambiente da Câmara.
- **Ação digital: Cidadania Presente**
 - **Objetivos:** Estimular a participação ativa dos cidadãos nas decisões locais, incentivando a presença em sessões, o uso de canais de ouvidoria e a proposição de ideias.

Fevereiro

- **Campanha: Câmara On-line**
 - **Verba:** R\$ 10.000,00
 - **Objetivos:** Promover os canais digitais da Câmara (site e redes sociais), incentivando o acesso a informações, transmissões de sessões e serviços online.
- **Campanha: Minha Cidade, Minha Lei**
 - **Verba:** R\$ 7.000,00
 - **Objetivos:** Informar a população sobre as principais leis municipais aprovadas, os direitos e deveres, e como as leis afetam o dia a dia dos cidadãos.

Março

- **Campanha: Mulheres de Laguna Carapã**
 - **Verba:** R\$ 12.000,00
 - **Objetivos:** Conscientizar sobre a importância da mulher na sociedade, combater a violência de gênero, promover a igualdade de direitos e divulgar serviços de apoio às mulheres.
- **Ação digital: Mandato Cidadão**
 - **Objetivos:** Aproximar os cidadãos de seus representantes eleitos, mostrando o trabalho e como o cidadão pode contribuir para a melhoria do Legislativo.

Abril

- **Campanha: Transparência é Lei**
 - **Verba:** R\$ 12.000,00



Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS

"TERRA DO PÉ DE SOJA SOLTEIRO"

- **Objetivos:** Reforçar o compromisso da Câmara com a transparência, divulgando dados sobre a Lei de Acesso à Informação e a disponibilização das informações no portal da transparência para a sociedade.
- **Ação digital: Câmara nas Ruas**
 - **Objetivos:** Mostrar a proximidade da Câmara com os bairros e comunidades, ouvindo as demandas da população local.

Maio

- **Campanha: Juventude e Cidadania**
 - Verba: 7.000,00
 - **Objetivos:** Engajar jovens nas discussões políticas e no processo legislativo, promovendo a formação de futuros líderes e cidadãos conscientes.

Junho

- **Ação digital: Sustentabilidade**
 - **Objetivos:** Promover a conscientização ambiental e divulgar as iniciativas da Câmara relacionadas à sustentabilidade e preservação dos recursos naturais.
- **Campanha: Nossa Laguna Carapã**
 - Verba: R\$ 10.000,00
 - **Objetivos:** Celebrar a identidade, a cultura e as conquistas legislativas de Laguna Carapã, fomentando o orgulho cívico e o senso de pertencimento entre os moradores.

Julho

- **Campanha: A Câmara Fiscaliza**
 - Verba: R\$ 12.000,00
 - **Objetivos:** Informar a população sobre o papel fiscalizador da Câmara em relação ao Poder Executivo e à aplicação dos recursos públicos, mostrando como essa fiscalização beneficia a cidade.
- **Ação digital: Legislativo Inclusivo**
 - **Objetivos:** Promover a inclusão de pessoas com deficiência, idosos e minorias na vida legislativa, garantindo acessibilidade à informação e participação nas discussões.

Agosto

- **Ação digital: Legislar é Ouvir**
 - **Objetivos:** Enfatizar a importância da escuta ativa da Câmara em relação às demandas da população, mostrando como as sugestões e reclamações dos cidadãos são consideradas na criação de leis.
- **Campanha: Sessão é Pra você**



Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS

"TERRA DO PÉ DE SOJA SOLTEIRO"

- **Verba:** R\$ 7.000,00
- **Objetivos:** Incentivar a presença do público nas sessões plenárias, explicando como elas funcionam e destacando a importância da participação popular nesse espaço.

Setembro

- **Campanha: Democracia**
 - **Verba:** R\$ 12.000,00
 - **Objetivos:** Reforçar os valores democráticos, a importância do voto consciente e do respeito às instituições e aos diferentes pontos de vista no debate público.
- **Ação digital: Participe do Legislativo**
 - **Objetivos:** Reforçar o convite à participação cidadã em todas as suas formas (audiências, consultas públicas, ouvidoria, acompanhamento de projetos).

Outubro

- **Campanha: Câmara + Comunidade**
 - **Verba:** R\$ 12.000,00
 - **Objetivos:** Promover ações de integração entre a Câmara e as diversas comunidades de Laguna Carapã, realizando visitas, eventos ou projetos conjuntos que aproximem os legisladores dos moradores.
- **Ação digital: Outubro Rosa**
 - **Objetivos:** Apoiar e promover a campanha de conscientização sobre a prevenção e o diagnóstico precoce do câncer de mama, com o trabalho do legislativo em prol dessa área.

Novembro

- **Campanha: Consciência Negra e Igualdade**
 - **Verba:** R\$ 10.000,00
 - **Objetivos:** Promover o debate sobre a igualdade racial e combater o racismo e todas as formas de discriminação.
- **Ação digital: Novembro Azul**
 - **Objetivos:** Apoiar e promover a campanha de conscientização sobre a saúde do homem, com o trabalho do legislativo em prol dessa área.

Dezembro

- **Campanha: Balanço do Ano Legislativo**
 - **Verba:** R\$ 16.200,00
 - **Objetivos:** Apresentar de forma clara e objetiva um resumo das principais leis aprovadas, projetos realizados, fiscalizações e outras ações da Câmara realizadas ao longo do ano.



Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS

"TERRA DO PÉ DE SOJA SOLTEIRO"

Além disso, há a previsão mensal de:

Manutenção da divulgação no digital:

- **Verba:** R\$ 5.000,00 (por mês)

Produção de materiais de apoio:

- **Verba:** R\$ 3.400,00

8. QUADRO-RESUMO DAS CAMPANHAS

PLANEJAMENTO ANUAL DE COMUNICAÇÃO – PUBLICIDADE*		
MÊS	CAMPANHA	VERBA
JANEIRO	Conheça a Câmara	R\$ 12.000,00
	Digital	R\$ 5.000,00
	Materiais de apoio e produções	R\$ 3.400,00
FEVEREIRO	Câmara On-line	R\$ 10.000,00
	Minha Cidade, Minha Lei	R\$ 7.000,00
	Digital	R\$ 5.000,00
	Materiais de apoio e produções	R\$ 3.400,00
MARÇO	Mulheres de Laguna Carapã	R\$ 12.000,00
	Digital	R\$ 5.000,00
	Materiais de apoio e produções	R\$ 3.400,00
ABRIL	Transparência é Lei	R\$ 12.000,00
	Digital	R\$ 5.000,00
	Materiais de apoio e produções	R\$ 3.400,00
MAIO	Juventude e Cidadania	R\$ 7.000,00
	Digital	R\$ 5.000,00
	Materiais de apoio e produções	R\$ 3.400,00
	Nossa Laguna Carapã	R\$ 10.000,00
	Digital	R\$ 5.000,00
	Materiais de apoio e produções	R\$ 3.400,00
JULHO	A Câmara Fiscaliza	R\$ 12.000,00
	Digital	R\$ 5.000,00
	Materiais de apoio e produções	R\$ 3.400,00
	Sessão é Pra você	R\$ 7.000,00
	Digital	R\$ 5.000,00
	Materiais de apoio e produções	R\$ 3.400,00



Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS **"TERRA DO PÉ DE SOJA SOLTEIRO"**

SETEMBRO	Democracia	R\$ 12.000,00
	Digital	R\$ 5.000,00
	Materiais de apoio e produções	R\$ 3.400,00
OUTUBRO	Câmara + Comunidade	R\$ 12.000,00
	Digital	R\$ 5.000,00
	Materiais de apoio e produções	R\$ 3.400,00
NOVEMBRO	Consciência Negra e Igualdade	R\$ 10.000,00
	Digital	R\$ 5.000,00
	Materiais de apoio e produções	R\$ 3.400,00
DEZEMBRO	Balanço do Ano Legislativo	R\$ 16.200,00
	Digital	R\$ 5.000,00
	Materiais de apoio e produções	R\$ 3.400,00
TOTAL		R\$ 240.000,00

9. VALORES E PRINCÍPIOS NORTEADORES

- Ética e legalidade
- Transparência e responsabilidade
- Acesso à informação
- Respeito à diversidade
- Comprometimento com o interesse público

10. LINHA DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

A linha adotada será institucional, com identidade visual padronizada, linguagem acessível, mensagens educativas e foco na valorização do Legislativo. As campanhas seguirão uma estética moderna, com tom informativo, acolhedor e respeitoso.

11. EQUIPE TÉCNICA

A execução será orientada por equipe da própria Câmara. Contudo é de suma importância o apoio técnico de agência de publicidade, com a realização de licitação para contratação.

12. AVALIAÇÃO, RISCOS E MITIGAÇÃO

O desempenho das ações será acompanhado por indicadores como alcance de mídia, engajamento nas redes sociais, participação em eventos e retorno da população. Serão utilizados relatórios e dados analíticos para orientar melhorias contínuas e tomada de decisão estratégica.

Entre os riscos estão baixa adesão popular, ruído na interpretação das campanhas e dificuldades



Câmara Municipal de Laguna Carapã - MS

"TERRA DO PÉ DE SOJA SOLTEIRO"

operacionais. Para mitigá-los, serão adotadas estratégias como monitoramento de conteúdo, escuta ativa e planejamento técnico rigoroso, com revisão contínua para aprimoramento.

13. CONCLUSÃO E CHAMADO À AÇÃO

A comunicação pública é um direito e um dever. Com este plano, a Câmara Municipal de Laguna Carapã reafirma seu papel de promotora da cidadania ativa, do diálogo democrático e da gestão transparente. Convidamos todos os cidadãos a acompanharem, participarem e contribuírem com o trabalho legislativo.

14. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Vivemos um momento de exigência crescente por transparência e ética do poder público. A comunicação pública torna-se essencial para demonstrar o valor do Legislativo municipal, sua proximidade com os anseios sociais e sua legitimidade democrática.

A execução deste plano reafirma o compromisso da Câmara com a transparência, participação e responsabilidade social. Por meio da comunicação institucional bem estruturada, a Câmara de Laguna Carapã pretende fortalecer sua presença na vida do cidadão e ampliar a confiança nas instituições democráticas.

DENNER DUARTE ESPINDOLA
DIRETOR ADMINISTRATIVO